



Établir un plan d'affaires pour réussir



La rédaction d'un plan d'affaires vous aide à solidifier les objectifs commerciaux et à élaborer des mesures de succès. © iStockphoto/Thinkstock

Que vous soyez débutant ou prêt à agrandir votre entreprise, un plan d'affaires sera votre modèle de réussite. Avec une projection de trois à cinq ans, un plan d'affaires présente vos objectifs commerciaux et clarifie votre chemin pour atteindre ces objectifs.

Un plan d'affaires s'avère essentiel pour attirer les investissements dans les startups. C'est également un outil important dans la gestion et l'expansion d'une entreprise établie.

Chaque entreprise est différente, chaque plan d'affaires est différent. Mais chaque plan d'affaires doit intégrer les éléments suivants :

Résumé analytique

Cette section donne un aperçu de votre plan d'affaires. Elle comprend la mission de votre entreprise, son histoire, son organisation et sa structure. Le résumé doit donner une brève présentation de vos produits ou services, la stratégie de commercialisation de

vos produits ou services, ainsi qu'un résumé des prévisions de ventes, des bénéfices et des flux de trésorerie.

Si vous utilisez votre plan d'affaires pour attirer des investissements, le résumé analytique doit aussi spécifier le capital désiré et comment vous comptez l'utiliser.

Le résumé analytique englobe le plan d'affaires complet : ce sera donc la dernière section à écrire et la première section de votre plan d'affaires.

Description de l'entreprise

Cette section explique la nature de votre entreprise. Elle comprend l'histoire de votre entreprise, sa mission, la structure organisationnelle et la stratégie de marketing. Elle doit également comprendre les questions administratives comme la localisation de l'entreprise, sa structure juridique et son personnel, et doit expliquer comment vous gèrerez la comptabilité, les assurances et les questions juridiques et de sécurité.

Analyse du marché

Cette section décrit votre secteur d'activité, le marché pour vos produits ou services et la concurrence à laquelle votre entreprise fait face. Que vous engagiez une entreprise d'études de marché ou que vous utilisiez l'Internet, votre analyse de marché doit s'appuyer sur des données réelles et démontrer comment votre entreprise réussira. Votre étude de marché décrit la taille actuelle de votre industrie, la croissance historique et les tendances. Elle localise votre marché cible, ses caractéristiques distinctives et ses besoins et identifie votre concurrence, ses forces et ses faiblesses.

Organisation et gestion

Cette section comprend la structure organisationnelle de votre entreprise et la formation de ses acteurs clés. Elle décrit les divisions de votre entreprise, leurs responsabilités respectives et la façon dont elles interagissent. Ajouter des organigrammes est un bon moyen

de transmettre cette information visuellement. Vous devez inclure l'expérience et les responsabilités des dirigeants de votre entreprise. Montrez comment chacun d'entre eux aidera votre entreprise à atteindre ses objectifs.

Produit ou service

Dans cette section, vous devez mettre en évidence le produit ou service fourni par votre entreprise et ce qui le rend supérieur à la concurrence. Montrez comment votre produit ou service répond à un besoin dans votre marché cible et aide votre entreprise à maintenir un avantage concurrentiel. Vous devez également inclure la planification, les coûts et le personnel nécessaires à la livraison de votre produit ou service, ainsi que tous les risques potentiels et la manière d'atténuer ces risques.

Marketing et stratégie de vente

Cette section détaille la façon dont vous allez commercialiser et vendre votre produit ou service. La stratégie de marketing comprend comment vous allez identifier et attirer des clients, développer votre entreprise, distribuer votre produit ou service et communiquer avec votre marché cible. La stratégie de vente décrit la façon dont vous avez l'intention de vendre votre produit.

Pour voir quelques exemples de plans d'affaires, consultez le site <http://business.usa.gov/> [en anglais]



Demande de financement (facultatif)

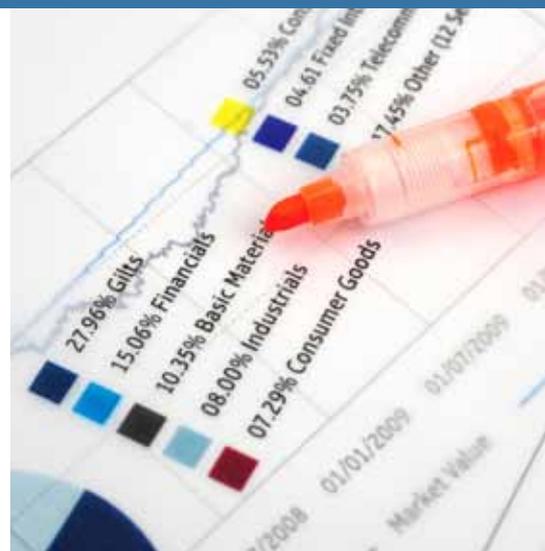
Si vous utilisez votre plan d'affaires pour attirer les investisseurs, cette section doit indiquer le capital dont votre entreprise a besoin et comment votre entreprise se servira de ce capital.

Projections financières

Cette section prévoit la future santé financière de votre entreprise. Elle doit comporter trois documents : un compte de résultats projetant les bénéfices ou pertes de votre société, une déclaration des flux de trésorerie illustrant le montant dont votre entreprise aura besoin et la provenance de cet argent, ainsi qu'un bilan reflétant ce que votre entreprise possédera par rapport à combien elle sera redevable. Un bon plan d'affaires fournit des projections mensuelles pour la première année, des projections trimestrielles pour la deuxième année et des projections annuelles pour les années restantes de votre plan. Pour assurer la parité, vous devez remplir cette section après vos sections organisationnelles et de commercialisation. Les entreprises établies doivent également fournir un historique des données financières. Les comptes de résultats, les états des flux de trésorerie et les bilans pour les cinq dernières années devraient suffire.

Annexe

Cette section comprend des documents supplémentaires comme les CV des dirigeants de votre entreprise, la conception des produits, l'analyse complète du marché, des documents juridiques et des lettres de référence. L'annexe doit être fournie seulement si nécessaire – surtout si elle contient des informations sensibles.



Inclure des graphiques et des diagrammes pour illustrer visuellement le contenu de votre plan d'affaires.

© iStockphoto/Thinkstock

Mise à jour

Une fois votre plan d'affaires achevé, révisez-le régulièrement afin de suivre l'évolution de votre entreprise et d'effectuer les modifications nécessaires.

Gardez une trace de chaque plan d'affaires que vous distribuez. Cela vous permet de mettre à jour toutes les copies de votre plan d'affaires, tout en vous assurant que vos données restent entre de bonnes mains. Si vous envisagez de donner votre plan d'affaires à des investisseurs privés, vous devez y inclure une clause de mise en garde aux placements privés. Cette exclusion de responsabilité interdit l'investisseur de distribuer vos informations et doit être placée au début de votre plan d'affaires.

